

**ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN (7P) UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK OLAHAN SINGKONG PADA
UD “PURNAMA JATI” JEMBER**

SKRIPSI



Oleh :

MUHAMMAD RIFQI ABROOR
NPM : 19024010160

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN “VETERAN” JAWA TIMUR
SURABAYA
2024**

**ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN (7P) UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK OLAHAN SINGKONG PADA
UD “PURNAMA JATI” JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Program Studi Agribisnis



Oleh :

MUHAMMAD RIFQI ABROOR
NPM : 19024010160

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN “VETERAN” JAWA TIMUR
SURABAYA
2024**

**ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN (7P) UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK OLAHAN SINGKONG PADA
UD "PURNAMA JATI" JEMBER**

Oleh :

MUHAMMAD RIFOI ABROOR

19024010160

Telah diterima pada tanggal

26 Juli 2024

Telah disetujui oleh :

Pembimbing Pendamping

Dosen Pembimbing Utama


Dr. Ida Svamsu Roidah, S.P., M.M.A
NIP. 21219860624284


Ir. Sri Widayanti, M.P.
NIP. 19620106 199003 2001

**Mengetahui,
Koordinator Program Studi Agribisnis**


Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP
NIP. 19620712 199103 2001

ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN (7P) UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK OLAHAN SINGKONG PADA
UD "PUKUNAMA JATI" JEMBER

Oleh :

MUHAMMAD RIFOLABROOR

NPM : 19024010160

Telah dipertahankan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada hari Senin, 29 Juli 2024

Telah disetujui oleh :


Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama


Dr. Ida Syamsu Roidah, SP.,

M.M.A

NIP: 21219860624284


Ir. Sri Widayanti, MP

NIP: 19620712 199103 2001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian

Koordinator Program Studi
Agribisnis


Dr. Puji Wanti Mindari, MP

NIP: 19631208 199003 2001


Dr. Ir. Nuriah Yulianti, MP

NIP: 19620712 199103 2001

SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-Undang No.19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Permendiknas No 17 tahun 2010, Pasal 1 Ayat 1 tentang plagiarisme. Maka, saya sebagai Penulis Skripsi dengan judul ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN (7P) UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK OLAHAN SINGKONG PADA UD "PURNAMA JATI" JEMBER menyatakan bahwa Skripsi tersebut diatas bebas dari plagiarism.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan saya sanggup mempertanggungjawabkan sesuai dengan hukum dan perundangan yang berlaku.

Surabaya , 29 Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan



Muhammad Rizqi Abroor

NPM: 19024010160

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat serta pertolongan dan ridha-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Bauran Pemasaran (7P) Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Olahan Singkong Pada UD.Purnama Jati Jember “ dengan baik dan lancar. Tak lupa pula shalawat serta salam kami haturkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun kita dari zaman jahiliyah menjadi zaman yang terang benderang.

Penulis menyadari jika selama menyelesaikan penulisan skripsi ini telah diberikan bantuan oleh banyak pihak, oleh karena itu penulis berterimakasih kepada:

1. Dr. Ir. Wanti Mindari M.P. selaku Dekan Falkutas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
2. Prof. Dr. Ir. Syarif Imam Hidayat MM. selaku Ketua Jurusan Agribisnis Falkutas Pertanian Universitas Pembangunan “Veteran” Nasional Jawa Timur
3. Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP. selaku Koordinator Program Studi Agribisnis Falkutas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
4. Ir. Sri Widayanti, M.P. selaku dosen pembimbing skripsi utama yang telah dengan baik dan sabar memberikan pengarahan dan perbaikan kepada penulis
5. Dr. Ida Syamsu Roidah, S.P., M.M.A selaku dosen pembimbing pendamping skripsi yang telah dengan baik dan sabar memberikan arahan perbaikan kepada penulis.
6. Kedua orang tua dan keluarga yang telah memberikan doa dan dukungan berupa moral maupun materil di setiap langkah penulis.

7. Pemilik UD. Purnama Jati yang telah memberi izin dan informasi yang dibutuhkan untuk penelitian Skripsi ini.
8. Rekan-rekan Agribisnis Angkatan 2019 terutama para sahabat yang selalu memberikan dukungan selama kegiatan perkuliahan dan berusaha bersama-sama untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari jika dalam menyelesaikan skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis dengan terbuka menerima saran untuk bisa diperbaiki sehingga karya ini akan menjadi lebih sempurna.

Surabaya, 29 Juli 2024

Penulis

ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN (7P) UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK OLAHAN SINGKONG PADA UD “PURNAMA JATI” JEMBER

Muhammad Rifqi Abroor¹, Sri Widayanti², Ida Syamsu Roidah³

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Correspondence email: sriwidayanti@gmail.com

Abstrak

Salah satu produsen dan eksportir singkong terkemuka di dunia adalah Indonesia. Kabupaten Jember adalah salah satu pusat produksi singkong tertinggi di Jawa Timur, dengan kapasitas produksi tahunan sebesar 9.492 ton. Produk olahan makanan tape khas daerah Kabupaten Jember ini dihasilkan dari tingginya persediaan singkong. Perlunya penemuan produk olahan singkong dengan mengingat tingginya peminat produk tape karena kualitasnya yang khas, sehingga produk ini banyak digemari oleh-oleh atau oleh-oleh khas Jember. Tujuan penelitian adalah untuk menyempurnakan taktik pemasaran dan mengetahui bagaimana bauran pemasaran (7P) mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk olahan singkong dari UD Purnama Jati Jember. Metodologi kuesioner adalah teknik pengumpulan informasi melalui penggunaan pernyataan atau pertanyaan yang diajukan kepada responden. Karena *p-value* lebih kecil dari 0,05 maka Produk, Harga, Tempat, dan Karyawan berpengaruh terhadap hasil keputusan pembelian konsumen pada UD Purnama Jati. Namun, karena nilai *p* lebih besar dari 0,05, kita dapat mengesampingkan kemungkinan bahwa faktor-faktor yang terkait dengan proses produk, bukti fisik, atau iklan mempengaruhi keputusan pembelian akhir konsumen.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian, Olahan Singkong

Abstract

*One of the leading producers and exporters of cassava in the world is Indonesia. Jember Regency is one of the highest cassava production centers in East Java, with an annual production capacity of 9,492 tons. This processed tape food product, typical of Jember Regency, is produced from the high supply of cassava. There is a need to find processed cassava products considering the high interest in tape products because of their unique quality, so that this product is much popular as souvenirs or souvenirs typical of Jember. The aim of the research is to perfect marketing tactics and find out how the marketing mix (7P) influences consumer decisions in purchasing processed cassava products from UD Purnama Jati Jember. Questionnaire methodology is a technique for collecting information through the use of statements or questions asked to respondents. Because the *p-value* is smaller than 0.05, product, price, place and employees influence the results of consumer purchasing decisions at UD Purnama Jati. However, because the *p value* is greater than 0.05, we can rule out the possibility that factors related to the product process, physical evidence, or advertising influence consumers' final purchasing decisions.*

Keywords: Marketing Mix, Purchasing Decisions, Processed Cassava

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2. Landasan Teori.....	21
2.2.1. Strategi Pemasaran.....	21
2.2.2. Bauran Pemasaran.....	22
2.2.3. Perilaku Konsumen.....	29
2.2.4. Keputusan Pembelian.....	30
2.3. Kerangka Pemikiran.....	31
II METODE PENELITIAN	34

3.1. Lokasi dan Objek penelitian	34
3.2. Populasi dan Sampel	34
3.2.1. Populasi.....	34
3.2.2. Sampel.....	35
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	36
3.4. Metode Analisis Data.....	37
3.5. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	45
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1. Gambaran Umum.....	50
4.1.1. Profil Usaha dan Sejarah Singkat.....	50
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan.....	52
4.1.3. Lokasi Perusahaan.....	53
4.2. Karakteristik Konsumen	54
4.2.1. Jenis kelamin.....	54
4.2.2. Usia	55
4.2.3. Tingkat Pendidikan	56
4.2.4. Pekerjaan	57
4.2.5. Penghasilan	57
4.2.6. Intensitas Pembelian.....	59
4.2.7. Varian Produk Yang Sering Dibeli	60
4.3. Strategi bauran pemasaran (7P) UD Purnama Jati jember.....	61
4.3.1. Produk	61
4.3.2. Harga.....	64
4.3.3. Tempat.....	66

4.3.4. Promosi	69
4.3.5. Karyawan	71
4.3.6. Proses	74
4.3.7. Bukti Fisik.....	76
4.4. Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Kep.Pembelian	78
4.4.1. Evaluasi Outer Model	78
4.4.2. Uji Inner Model.....	80
4.5. Implikasi Manajerial	87
V KESIMPULAN DAN SARAN.....	90
5.1. Kesimpulan	90
5.2. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	95

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
3.1.	Pemetaan Bobot Penilaian Skala Likert	38
3.2.	Kriteria Skor Rataan Terakhir Skala Likert.....	39
3.3.	Variabel Indikator Penelitian.....	48
4.1.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.2.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia.....	55
4.3.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan	56
4.4.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan	57
4.5.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Penghasilan.....	58
4.6.	Intensitas Pembelian	59
4.7.	Produk Yang Sering Dibeli.....	60
4.8.	Penilaian Responden terhadap Indikator dari Variabel Produk.....	62
4.9.	Penilaian Responden Terhadap Indikator dari Variabel Harga	65
4.10.	Penilaian Responden Terhadap Indikator dari Variabel Tempat.....	67
4.11.	Penilaian Responden Terhadap Indikator dari Variabel Promosi.....	70
4.12.	Penilaian Responden Terhadap Indikator dari Variabel Karyawan ..	72
4.13.	Penilaian Responden Terhadap Indikator dari Variabel Proses	75
4.14.	Penilaian Responden Terhadap Indikator dari Variabel Bukti Fisik .	77
4.15.	Tabel Convergent Validity	78
4.16.	Konstruk Reliabilitas dan Validitas	79
4.17.	Diagram Jalur Hasil Penelitian.....	74
4.18.	Hasil Uji Hipotesis.....	83

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
2.1.	Kerangka pemikiran penelitian	33
4.1	Produk UD Purnama Jati Jember	60
4.2	Harga Produk UD Purnama Jati Jember	62
4.3	Tempat UD Purnama Jati Jember	64
4.4	Promosi UD Purnama Jati Jember	67
4.5	Karyawan UD Purnama Jati Jember	69
4.6	Proses UD Purnama Jati Jember	71
4.7	Bukti Fisik UD Purnama Jati Jember	73

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Strategi Pemasaran UD. Purnama Jati Jember.....	89
2.	Data Hasil Kusioner	94
3.	Hasil <i>path coefficients</i> dan <i>P-Values</i>	95
4.	Hasil <i>path coefficients</i> dan <i>P-Values</i>	95
5.	Hasil <i>Cross Loadings</i>	95
6.	Hasil Model Data Penelitian	96
7.	Hasil <i>Latent Variable Coefficients</i>	96
8.	Hasil Geneal Sem-PLS <i>Analysis Results</i>	96
9.	UD Purnama Jati Jember	97